

団体・組織の概要

※太枠内、必須事項。その他は、該当する項目を記載してください。

団体/会社名	環境コミュニケーションラボ		
代表者	杉浦正吾	担当者	金子拓郎
所在地	〒305-8572 茨城県つくば市天王台 1-1-1 筑波大学生命環境科学研究所 氷鉋研究室内 TEL: 090 - 5506 - 9024 FAX: - - E-mail: takurok13@hotmail.com		
設立の経緯 ／沿革	筑波大学大学院修士環境科学研究科修了生で、東京電力のキャンペーンプロデュースや愛地球博三井・東芝館の環境アドバイザーなど歴任の環境コミュニケーションプロデューサー杉浦[42歳：現、株)アルテミス社長、同大学博士生命環境科学研究科在籍]の呼びかけで 2007年6月より活動開始。広告業界からの発信ではなく、「環境の専門家」が「環境コミュニケーション」の何たるかを学び、政策の両輪として機能すべくその実践者として社会に貢献できるよう、同大学大学院生命環境科学研究科の修士、博士課程の学生を中心にメンバーを募集し活動しています。		
団体の目的 ／事業概要	週1回程度の環境コミュニケーション勉強会および、ブレーンストーミングを実施し、 1) 環境コミュニケーションの（事例）研究 2) 環境コミュニケーションの実践 の2点を中心課題に、企業やNGO、自治体や国の「環境コミュニケーション」与件に企画・提案し、実際に制作・運営に携わることでスキルを磨き、「実践者」として経験を積むことを目標に活動しています。		
活動・事業実績 (企業の場合は 環境に関する 実績を記入)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2007年6月：設立 ■ 同 8~9月：主要企業(40社程度)の環境コミュニケーション事例研究→主宰が「日本広報学会」(11月)にて発表。 ■ 同 8~12月：イオングループやミニストップへの自主企画プレゼン開始(継続中) ※その他、複数社への企画提案実施中 ■ 同 12月：エコプロダクツ2007 イオンブース・ミニストップエリア企画・運営に協力 ※TV朝日系「宇宙船地球号(1/13)」にて放映 		
ホームページ			
設立年月	年 月	*認証年月日 (法人団体のみ)	年 月 日
資本金/基本財産 (企業・財団)	円	活動事業費／ 売上高 (H17)	円
組織	スタッフ／職員数 個人会員 名	名 (内 専従 法人会員 名)	名 その他会員 (賛助会員等) 名

政策のテーマ

デポジット・リターナブルエコバックによるレジ袋削減

■政策の分野

- ・①循環型社会の構築
- ・

■政策の手段

- ・④予算・資金措置
- ・⑨組織・活動

団体名 :

環境コミュニケーションラボ

担当者名 :

金子拓郎

■キーワード

エコバック

レジ袋削減

デポジット制

リターナブル

家庭部門

① 政策の目的

レジ袋の削減を図りつつエコバックの使用を通して、環境問題、とりわけ温室効果ガスに対する啓蒙活動と、それを合理的に行うためのシステムを構築する。また、現在難航している家庭部門のCO₂削減をスーパー等事業所単位で行い、環境対策を社会システムに落とし込むことでインフラからの環境対策のひとつのモデルとなることを目的とする。

② 背景および現状の問題点

レジ袋の削減は、家庭部門のゴミ廃棄量の削減、それに伴う製造・処理に係るCO₂の削減という面で、特に家庭部門でのCO₂削減の決定的施策に欠ける現在においては重要と考える。しかしながら、レジ袋削減のための有料化は削減のインセンティブにはなるが抜本的な解決とは言えない。また現行法では足並みを揃えた有料化は難しい。エコバックによるレジ袋削減の取組みも近年盛んであるが、一時的な流行となる恐れもあり、逆にエコバック自体がいたずらに数多く出回っている状況である。エコバック持参では買い物の量に制約を受ける等利便性にも問題がある。したがって、システムとして継続してレジ袋を削減する仕組みが求められていると考える。

③ 政策の概要

デポジット制のエコバック、仮にDeバックとする。協賛する各スーパー等の店舗の一角にDeバックのレンタルスペースを設ける。A円で販売し、返却時にB円のリファンドを行う（A≥Bがどの程度が最適かは事前にモデル事業所により実施調査を行うことが望ましい。）。つまり買物客は店内にストックしてあるエコバックをレンタルして使用する形となる。それによりエコバック不携帯の場合でも買い物ができ、又、追加でDeバックをレンタルできるため買物量に制約を受けない。

協賛スーパーで互換性があることが望ましい。どこで借りたものでも協賛グループ内なら返却できる、という仕組みを作る。

レジ袋全面廃止、又は有料化を同時にすることが有効的であると考える。仮に有料化だけを行いC円でレジ袋を販売したとする。有料化を行っても削減のインセンティブにしかならず、C円で購入し削減に繋がらないという懼れも想定される。

有料化とDeバックを併用した場合、A-B<C円であればDeバック利用に消費者が流れるものと思われる。

私の知る限り、このようなデポジット制によるレジ袋の削減取組みは世界的にも前例がなく、且つスペースさえあれば法令に縛られることなく容易に実効できるものと思われる。

④ 政策の実施方法と全体の仕組み（必要に応じてフローチャートを用いてください）

上記にも述べたが、Deバックのデポジット・リファンドがどの程度で最適かは事前にモデル事業所により実施調査を行うことが望ましい。

1・協賛店を募り、Deバックレンタルスペースを提供してもらう。

●Deバックの手配

Deバックについては、現在各家庭に出回っており使われていないエコバックを回収して使用することも一案である。Deバック返却の際に認識するためICタグを取り付ける等工夫が必要だろう。

●Deバックレンタル用機材の手配（どのような物にするかは検討中）

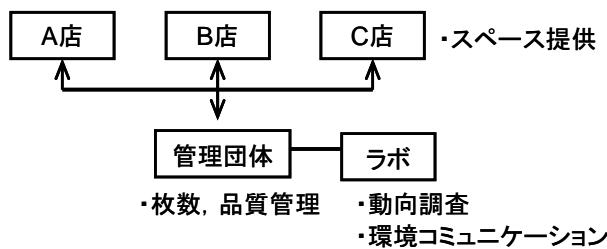
2・管理団体による運営

●各協賛店舗のDeバックの枚数、品質管理やどれだけのレジ袋を削減したか（CO2削減量把握）等、運営・調査を行う。

●レンタルスペースを利用しての消費者への啓蒙活動等、環境コミュニケーションを行うことも可能である。

Deバックレンタルスペースが、その店舗の環境情報発信スペースとなることが理想である。

各協賛店舗



⑤ 政策の実施主体（提携・協力主体があればお書きください）

- ・茨城県石岡市
- ・茨城県小美玉市
- ・茨城県つくば市
- ・茨城県土浦市
- ・JA土浦
- ・農地組合法人 百姓俱楽部
- ・NPO法人 エコ・ストリームつくば
- ・NPO法人 宮塚の自然と歴史の会

(一部調整中)

⑥ 政策の実施により期待される効果（具体的にお書きください）

- ・レジ袋の削減によるCO₂排出量削減
- ・エコバックの使用普及、啓発
- ・スーパー等、地域に根ざした事業所を窓口とした家庭部門の二酸化炭素削減活動というモデルの発信
- ・スーパー等、住民に根ざした場所からの環境教育、啓発
- ・協賛事業所のCSR

従来の課金やポイントカード等によるエコバックの普及と併せて行うことができ、又それにより効果が上がると考える。

試算

レジ袋使用枚数を2000(枚/日)とし、CO₂排出量を47(g-CO₂/枚)とする。

2000×365日×47=約34t-CO₂/年

年間約34tのCO₂削減ポテンシャルがあると推測される。

⑦ その他・特記事項

現在、民生部門のCO₂削減の決定的な政策のない中、レジ袋削減は住民にとって理解も得易く、環境意識も育成できるという点で重視されてきた。しかし、レジ袋削減の有効な手段である有料化についても、昨年4月の改正容器包装リサイクル法では見送られ、「容器包装を多量に利用する事業者に対し、取り組み状況の報告を義務付け、取り組みが不十分な場合は勧告・公表・命令・罰金の措置を講ずる」という内容に留まった。レジ袋の有料化を法的に義務付けると、憲法上認められている「営業の自由」の侵害にあたる恐れもある。

そのような中で、自治体でもそれぞれ取り組んでおり、例えば杉並区は「レジ袋税条例」を制定したが、施行を延ばし、まず啓蒙活動からレジ袋の削減を進めている。一方、諸外国をみてみると、アイルランドではすでにレジ袋課税により90%の削減に成功、フランスやアフリカ諸国でも無料配布禁止などの対策を行い効果を挙げている。もちろん、このような成果も継続的な啓蒙活動を同時に行うことにより達成している部分もあるだろうが、政策として行う効果は大きいといえる。

他のレジ袋削減対策ではエコバックもある程度の効果を上げているが、「無料配布で何枚も貰ったが使用していない。」といった声も多々聞こえる。ゴミ袋として使用するためレジ袋が必要という声もあるが、使用する、しないを選択させることが重要である。必要な者は対価を払い購入するという行為が資源を有効に使い、廃棄物を削減することに繋がると考える。

洞爺湖サミットを控え、二酸化炭素削減のための日本独自の革新的なモデルを示すことが必要である。そのための一つの試案となれば幸いである。